Préambule au plan d'action 2015-2016 de «Je tiens à ma communauté > Je soutiens le communautaire »

Le plan d'action suivant a été proposé par le Comité de coordination (Coco) de la campagne, comité composé de représentant-e-s de la Coalition des tables régionales d'organismes communautaires (CTROC) et de la Table des regroupements provinciaux d'organismes communautaires et bénévoles (TRPOCB ou la Table). La CTROC et la Table ont adopté celui-ci en février 2015.

S'il peut sembler imposant à première vue, considérant le nombre d'actions proposées, la plupart d'entre elles sont des activités de communication qui seront réalisées par le Coco de campagne. Ainsi, pour les groupes de base, **le plan d'action peut être résumé en 5 axes principaux** (et un 6e pour les actions de communication et d'information du Coco).

Parce que nous savons que les organismes communautaires sont sursollicités pour des actions sur divers fronts alors que tout le monde est débordé, ce plan d'action cherche à **regrouper dans un seul endroit les différentes initiatives de lutte à l'austérité** (Coalition Mains Rouges, Réseau québécois de l'action communautaire autonome). Il est aussi important de mentionner que **les actions proposées peuvent être modulées et adaptées en fonction de la réalité de votre organisme**. Ainsi, les actions de fermeture prévues pour novembre 2015 peuvent autant être réelles que symboliques : à vous de décider votre niveau de confort à participer à chacune d'entre elles et la façon de les effectuer.

Principaux axes de la campagne pour les groupes de base

Axe	Quand	Action des groupes de base
1. Mise en place d'un observatoire communautaire de l'austérité pour recueillir des témoignages	**Au printemps (et durant toute l'année)**	**Produire un ou des témoignages (vidéo ou écrit) sur la situation de votre groupe ou de vos membres**
2. Tournée des députés	**Au printemps 2015**	**Participer à la rencontre de votre député local**
3. Réaffirmation de l'appui à la campagne lors des AGA	**Lors de votre AGA**	**Prendre une photo lors de vos AGA avec vos membres et le visuel de la campagne**
4. Commission populaire pour continuer à récolter des témoignages sur la situation des groupes	**À l'automne 2015**	**Encourager vos membres à témoigner**
5. Semaine d'actions avec deux jours de fermeture (réelle ou symbolique) des organismes communautaires autonomes	**En novembre 2015**	**Participation selon votre capacité à la semaine d'actions des organismes communautaires autonomes**

6. Autres actions d'information et de communication (principalement par le COCO de la campagne) – en continu

Proposition de plan d'action détaillé pour 2015-2016

Campagne *Je tiens à ma communauté > Je soutiens le communautaire*

Axe	Dates	Actions	Objectifs visés	Mobilisation 2.0	Ressources	Responsables	Coûts Nationaux et régionaux
6	Du 23 au 27 février 2015	Participation à la Semaine d'actions dérangeantes.	Inviter les OCASSS à participer aux actions organisés près de chez eux. Rendre les OCASSS plus visible dans la lutte à l'austérité (médiatiquement et dans les événements).	Faire connaître les actions sur les réseaux sociaux. Diffuser un visuel « On ne laissera pas l'austérité nous faire fermer » .	Créer un bandeau pour facebook liant *Je tiens à ma communauté* > *Je soutiens le communautaire* à la lutte à l'austérité.	**COCO** Préparation des outils, diffusion par les médias sociaux et médiatisation. **OCASSS :** Participation aux activités et utilisation du visuel.	
1	Février-mars 2015	Mise en place de l'Observatoire communautaire de l'austérité • Témoignages écrits et vidéos • Documentation. • Rendre visible l'impact des organismes communautaires autonomes . • Création d'un kit pour soutenir la participation des OCASSS à l'observatoire. • Compilation des résolutions d'adhésion à la campagne et autres appuis.	Sert à éduquer, mobiliser, informer, médiatiser. Destiné à la population, mais également travailleurs, travailleuses, bénévoles, administrateurs, administratrices. Permet de créer et diffuser du matériel attrayant pour la campagne. Offrir une tribune aux bénévoles, participants, participantes, travailleurs, travailleuses, administrateurs et administratrices pour parler de leur vision du milieu communautaire.	Faire connaître l'observatoire par des vignettes originales diffusées sur les réseaux sociaux. Création d'une vidéo destinée aux OCASSS pour les inviter à contribuer au contenu de l'observatoire. Création d'une vidéo destinée à la population pour	Création d'une plateforme Web qui permet l'envoi de contenu écrits (témoignage); permet de filmer des témoignages et les envoyer directement dans la plateforme (que nous pourrons réviser et autoriser à être diffuser). Création de contenu pour permettre aux membres, participants, participantes, bénévoles d'avoir un	**COCO** Création de l'observatoire : **CTROC-Table-regroupement régionaux et nationaux.** Diffusion de l'observatoire. **Regroupements nationaux** : soutien à la participation des organismes.	Dépenses du fonds national 7 000 $ (création du site Web) 1 000 $ (Création vignettes et matériel promotionnel) 300 $ (Création d'une vidéo pour les OCASSS pour promouvoir l'observatoire aux OCASSS) 600 $ (Création de vidéos pour intéresser la

Axe	Dates	Actions	Objectifs visés	Mobilisation 2.0	Ressources	Responsables	Coûts Nationaux et régionaux
			Permet de comptabiliser les résolutions en provenance des AGA	promouvoir l'Observatoire.	argumentaire sur les demandes de rehaussement et pour contrer le discours sur l'austérité.		population à découvrir l'observatoire en format publicité.)
6	Février-mars 2015	Consultations pré-budgétaires 2015-2016. Dépôt du budget 2015-2016	Rappeler les demandes de la campagne au ministre des Finances et les médiatiser. Faire connaître les réponses du gouvernement - lors de la présentation du mémoire et lors du dépôt du budget.	Diffuser le mémoire et les communiqués de presse sur les réseaux sociaux.	Rédiger un mémoire et le présenter. Communiqué de presse en lien avec le mémoire et lors du dépôt du budget.	**COCO** Rédaction et présentation du mémoire et des communiqués de presse. Diffusion par les médias sociaux et médiatisation.	
2	Printemps 2015	Tournée des députéEs par des groupes concertés d'organismes.	Rappeler nos demandes à tous les députés de l'Assemblée nationale. Les situer dans le contexte politique et économique d'austérité : conséquences du sous-financement chronique, le PL-10 et autres projets de loi, la décision du gouvernement de choisir d'aider d'autres (les médecins ex.) et pas les OCA (162M$) et les OCASSS (120M$)	Photos avec le-la députéE et les OCASSS diffusées sur le Facebook de la campagne avec le même mot-clic.	Création d'une trousse pour livrer un message commun à l'ensemble de la députation (on peut s'inspirer de kit existant de la Coalition solidarité-santé. On peut mettre du contenu PL10).	**Regroupements régionaux** (planification, soutien logistique) **Organismes de base** Rencontre avec les députéEs.	Dépense des fonds régionaux 100 $ Création du matériel
2	Mars 2015	Rencontre avec la Ministre Charlebois suite aux rencontres des OCASSS avec les députéEs.	Rappeler nos demandes et les situer dans le contexte politique et économique d'austérité : conséquences du sous-financement chronique, le PL-10 et autres projets de loi, la décision du gouvernement de choisir d'aider d'autres (les médecins ex.) et pas les OCA (162M$) et les OCASSS (120M$)	Photos et vidéo du COCO à l'Assnat.	Déplacement à Québec	COCO	Dépense du fonds national 900 $ Déplacements – rencontre préparatoire

Axe	Dates	Actions	Objectifs visés	Mobilisation 2.0	Ressources	Responsables	Coûts Nationaux et régionaux
6	1er mai 2015	Participation aux actions selon les décisions de la Coalition opposée à la tarification et à la privatisation des services publics	Inviter les OCASSS à participer aux actions organisés près de chez eux. Rendre les OCASSS plus visible dans la lutte à l'austérité (médiatiquement et dans les événements)	Faire connaître les actions sur les réseaux sociaux. Diffuser un visuel « On ne laissera pas l'austérité nous faire fermer » Proposer une vignette spécifique à cette action	Créer un bandeau pour facebook liant *Je tiens à ma communauté* > *Je soutiens le communautaire* à la lutte à l'austérité.	**COCO** Préparation des outils, diffusion par les médias sociaux et médiatisation. **OCASSS :** Participation aux activités et utilisation du visuel.	100$ pour promouvoir la vignette sur Facebook.
3	Printemps-été 2015	Affirmer – réaffirmer l'adhésion des OCASSS à la campagne.	Chaque OCASSS adopte une résolution affirmant son adhésion, rappeler le montant qu'il demande au PSOC (ou programme de soutien à la mission. Les OCASSS prennent une photo lors de l'AGA avec les membres et une affichette qui rappele leur adhésion à la campagne. Ils envoient la photo au COCO et ils l'utilisent dans leurs communications.	Diffusion des photos des AGA avec l'affichette sur le Facebook de la campagne et sur les pages des OCASSS avec le même mot-clic.	Envoi d'un mode d'emploi et d'une résolution type aux OCASSS.	**COCO :** Préparation des outils, diffusion (notamment par l'observatoire et les médias sociaux) et médiatisation. **Regroupements régionaux et nationaux :** Diffusion de l'information, soutien logistique, rappels aux organismes **OCASSS** : prise de résolution et photos et envoi au COCO	

Axe	Dates	Actions	Objectifs visés	Mobilisation 2.0	Ressources	Responsables	Coûts Nationaux et régionaux
3	Début juillet 2015	Annonces publiques et Tournée de livraison des résolutions et photos reçues aux ministres Blais, Leitao, Coiteux, Barrette, Couillard et Thériault.	Rappeler les demandes de la campagne . Démontrer la forte adhésion à la campagne de mobilisation.	Diffusion d'une vidéo qui montre la livraison aux ministres. Diffusion du nombre de résolution et photos déposées.	Création de boîtes contenant les photos et les résolutions pour chaque ministre.	Coco : Conférence de presse. Tournée de livraison. Vidéo. Regroupements régionaux, nationaux et OCASSS : Diffusion de la vidéo	Dépenses du fonds national 3 500 $ pour impression photos et résolutions. 900 $ déplacements 750 $ Vidéo et conférence de presse.
6	Été 2015	Documenter et rendre visible les fermetures économiques.	Démontrer l'impact du sous-financement.	Diffusion d'une vignette choc : Fermé par manque de financement. Population privée de services car les OCASSS n'ont pas les moyens	Créations de vignettes et diffusion. Lettre-type pour les OCASSS fermés l'été. Lettre-type en soutien aux OCASSS fermés l'été	**COCO :** Préparation des outils, diffusion (notamment par l'observatoire et les médias sociaux) et médiatisation. **OCASSS fermé l'été** : Vignettes et bandeau pour Facebook. Envoi de lettres aux ministres concernés **OCASSS ouvert l'été** : Vignette en soutien aux OCASSS fermés	Dépense du fonds national 300 $ Création de vignettes

Axe	Dates	Actions	Objectifs visés	Mobilisation 2.0	Ressources	Responsables	Coûts Nationaux et régionaux
4	Automne 2015	Événements régionaux et sectoriels de type « commission » ou tournée nationale Se joindre aux événements organisés par le RQ-ACA – si le projet se concrétise	Participer et collaborer aux commissions organisées par le RQ-ACA, si applicable. Documenter – témoigner – faire connaître la réalité des OCASSS – faire pression sur le politique. Rassembler du matériel provenant de gens directement issus du communautaire. Participation des élus municipaux, provinciaux, fédéraux et s'assurer d'une couverture médiatique.	Diffusion de vidéos faisant un résumé des événements régionaux. Photos des événements régionaux. Diffusion de témoignages de l'impact des OCASSS. Mot-clic	Soutien au RQ-ACA, si applicable. Organisation d'activités dans toutes les régions du Québec avec un modèle similaire. Création d'un kit de soutien à l'organisation si modèle organisé par les regroupements régionaux et sectoriels. Équipe de tournage et équipe d'animation	COCO : Participation au comité mobilisation du RQ-ACA Selon le cas : Préparation des outils, diffusion (notamment par l'observatoire et les médias sociaux) et médiatisation. Création d'un modèle de rencontres et kit de soutien à l'organisation. **Regroupements régionaux et nationaux :** Organisation de la rencontre. Mobilisation des OCASSS. **OCASSS :** Participation à l'activité.	Dépenses du fonds national Participation du COCO aux rencontres : 2 500 $ Équipe de tournage : 5 000 $ Création de matériel : 5 000 $ Dépenses des fonds régionaux Soutien à l'organisation: 14 000 $
5	Mi Septembre 2015	Sortie publique au retour des travaux parlementaires de l'Assemblée nationale pour faire le	Présenter les événements régionaux. Demander aux ministres un suivi par rapport aux demandes des OCASSS	Vidéo et photos diffusées.	Tournage Conférence de presse à l'Assemblée nationale.	**COCO** : Préparation des outils, diffusion (notamment par	Dépenses du fonds national 900 $ déplacement

Axe	Dates	Actions	Objectifs visés	Mobilisation 2.0	Ressources	Responsables	Coûts Nationaux et régionaux
		suivi sur livraison aux ministres de juillet.		Vignette – Facebook et publicité dans les journaux.		l'observatoire et les médias sociaux) et médiatisation.	5 000 $ publicités
5	Semaine du 2 novembre 2015	Une semaine de fermeture des OCASSS Selon deux scénarios : • 2 jours de fermetures à l'intérieur de la semaine (jours viables au choix des groupes) OU • 2 jours déterminés de fermetures – tous les OCASSS en même temps.	Actions de visibilité pendant la semaine Rassemblement régionaux et activités sectorielles d'organismes communautaires Diffuser des impacts du sous-financement et de l'austérité dans le communautaire. Rendre les fermetures visibles.	Création d'un kit avec différentes actions à mener sur les réseaux sociaux. Inviter à contribuer à l'observatoire. Photos à diffuser sur les fermetures.	Kit pour organiser les fermetures. Mode d'emploi de la semaine d'actions. Vidéo explicatives.	**COCO :** Préparation des outils, diffusion (notamment par l'observatoire et les médias sociaux) et médiatisation. Regroupements régionaux et sectoriels : rassemblements régionaux et activités sectorielles OCASSS : Fermetures Participation aux activités	Dépenses du fonds national 1 000$ Matériel visuel 4 000 $ Matériel promotionnel 400 $ Conférence de presse Dépenses des fonds régionaux 14 000 $ pour soutenir rassemblements régionaux et activités sectorielles (1000$ par région)
6	Février-mars 2016	Consultations pré-budgétaires 2016—2017. Dépôt du budget 2016-2017.	Rappeler les demandes de la campagne au ministre des Finances et les médiatiser. Faire connaître les réponses du gouvernement - lors de la présentation du mémoire et lors du dépôt du budget.	Diffuser le mémoire et les communiqués de presse sur les réseaux sociaux.	Rédiger un mémoire et le présenter. Communiqué de presse en lien avec le mémoire et lors du dépôt du budget.	**COCO** Rédaction et présentation du mémoire et des communiqués de presse. Diffusion par les médias sociaux et médiatisation.	

Axe	Dates	Actions	Objectifs visés	Mobilisation 2.0	Ressources	Responsables	Coûts Nationaux et régionaux
6	Mars-avril 2016	Réaction publique des OCASSS au budget 2016-2017 : choisir la forme ultérieurement	Réagir positivement ou négativement au contenu du budget	J'ai pu d'idée	J'ai pu d'idée	J'ai pu d'idée	
6	En tout temps	Communications tout au long de la campagne	Sensibiliser la population Faire pression sur le politique Renforcir le sentiment d'appartenance des OCASSS à la campagne.	Diffusion du matériel de communication.	Communiqué de presse. Matériel visuel.	**COCO :** Préparation des outils, diffusion (notamment par l'observatoire et les médias sociaux) et médiatisation.	Dépenses du fonds national 7 500 $

BUDGET DE LA CAMPAGNE

Dépenses nationales : 46 650$, financé par les regroupements régionaux et nationaux**,** soit 848$ par regroupement, pour 55 regroupements (39 sectoriels nationaux+ Table et 14 régionaux+CTROC)

Dépenses régionales : **29 400$,** soit 2 100$ par région: budget minimal suggéré pour les deux principales actions : les commissions populaires et la semaine d'action et de fermeture. Ces dépenses sont financées par les fonds de mob régionaux.

TOTAL : 76 050$

Lutte à l'austérité

Concernant d'autres actions **de luttes à l'austérité qui seraient décidées en cours d'année**, du style de celles intégrées ci-haut, le **comité de coordination de la campagne aura comme rôle** :

- Diffuser ce qui se passe concernant la lutte à l'austérité
- Convier les groupes à se joindre – comme contribution de la campagne - avec images identifiant la campagne et identifiant leur groupe
- Développer un visuel : « communautaire-solidaire contre l'austérité » que les organismes communautaires autonomes peuvent utiliser pour s'identifier dans les actions portées par d'autres partenaires sociaux.